

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTORAS DE ORITOGUAZ ELIAS HUILA

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

RUBIELA SARMIENTO MURCIA

Huila, Elías, 11 de marzo de 2024

CONTENIDO

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	3
2.	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO	4
2.1	JUSTIFICACION	4
3.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO	5
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO.....	5
3.2	PROPUESTA DE VALOR	6
3.3	ALIADOS CLAVES.....	7
4.	MERCADO	8
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	8
4.2	COMPETENCIA.....	9
4.3	PROVEEDORES.....	9
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	10
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	10
5	ESTUDIO TECNICO	11
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION.....	11
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	11
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	12
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	13
6	RECURSOS CLAVES	13
7	PLAN FINANCIERO.....	14
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	14
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	14
7.3	ANALISIS FINANCIERO	15
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	16

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTORAS DE ORITOGUAZ ELIAS HUILA	NIT / RUT	901122018-4	
Dirección	Centro Poblado de Oritoguaz, Elías Huila	Teléfono 1	3104858436	
		Teléfono 2	3125130287	
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda		
Página web	No tienen	E-mail	marli.vargas@gmail.com	
Nombre gerente	Rubiela Sarmiento Murcia	Celular	3125130287	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Presidente	Antecedentes	Cuenta con formación SER, Emprendedor en producción de frutales perennes, entre otros.	
Nombre del representante legal	Rubiela Sarmiento Murcia			
Experiencia de la empresa en el sector	3 años y medio, actualmente cuentan con un lote de terreno en comodato otorgado por la Alcaldía municipal	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	9499 Actividades de otras asociaciones ncp	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	18/09/2017	Número de asociados (si aplica)	9	9
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de colinos de café			
Figura jurídica	Entidad Sin Ánimo de Lucro – ESAL	Ingresos de asociados	3.000.000	0

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y comercialización de plántulas de café de ORITOGUAZCAFÉ

2.1 JUSTIFICACION

Actualmente la organización cuenta con un lote en comodato de propiedad de la Alcaldía, lo que genera incertidumbre por parte de la organización con los cambios de gobierno, lo que puede ocasionar que les soliciten entregar el lote. Sin embargo, se ha identificado que la asociación cuenta con una capacidad productiva mínima de 40.000 colinos, dos veces al año, por lo que el agronegocio genera rentabilidad que lo hace sostenible y se puede pagar un canon de arrendamiento en un lote que cumpla con los requerimientos. Se Requiere ampliar la capacidad productiva y lograr la certificación ICA que permita acceder a mercados especializados.

Es por eso por lo que, la organización requiere gestionar recursos económicos para hacer el encerramiento, adecuación del invernadero con malla, polisombra y estantillos en plástico o pvc, para disminuir el impacto al medio ambiente y garantizar la sostenibilidad, con estos recursos se espera cumplir con los requisitos mínimos para lograr la certificación ICA del vivero.

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO

Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización	Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios
Colinos de café	Colinos de café
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Descripción: Plántulas de café variedad castillo con una altura de 30 a 35 cm, en bolsa de 19 X 42. Sembrado en 70% en tierra y 30% cascarilla con buen follaje color verde y sistema radicular bien definido.	Colinos de café en bolsa de 19 x 42 Colinos de café en bolsa de 19 x 15
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Bolsa de plástico de 19 x 42 y de 19 x 15	No tienen
Fotos de los productos	
	

CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Colinos de café en bolsa de 19 x 42 Colinos de café en bolsa de 19 x 15	40000 colinos	Cuatrimestral	Meses de abril, agosto y diciembre	Enero, febrero, marzo, mayo, junio, julio, agosto, septiembre y noviembre

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Colinos de café	Colinos de café variedad	Colinos de café en bolsa de 19 x 42 \$1200 Colinos de café en bolsa de 19 x 15 \$450

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Los productores de café de la zona sur del Huila requieren de material vegetal (colinos de café) de buena calidad. Según la evaluación agropecuaria del departamento del Huila 2022, los municipios de la zona Sur son los principales productores de café, siendo el primero Pitalito, seguido de Acevedo, San Agustín, Timaná, Oporapa, Elías con aproximada 58.000 hectáreas de café establecidas, de las cuales 2.400 son hectáreas nuevas, lo que demuestra que hay una necesidad de material vegetal para el establecimiento de estas áreas nuevas.

Es por eso por lo que el presente plan de negocios busca dar solución a dicha necesidad, mediante la producción de material vegetal de dos tamaños para facilidad de transporte según la necesidad del cliente, para lo cual la Asociación de Mujeres Productoras de Oritoguaz Elías Huila ofrece plántulas de café variedad castillo con una altura de 30 a 35 cm, en bolsa de 19 X 42, sembrado en 70% en tierra y 30% cascarilla.

Como propuesta de valor se contempla la siembra escalonada, para ofrecer plántulas durante todo el año y se tiene estipulado obtener certificación ICA a partir

del segundo año, mediante la aplicación de buenas prácticas agrícolas, suministro de materia orgánica a las plántulas y microorganismos eficientes que den garantía de calidad. Se ofrecen plántulas vigorosas, con buen tamaño y en excelentes condiciones fitosanitarias.

Se cuenta con capacidad instalada de 40.000 plántulas de café por cada siembra, la cual se realiza cada cuatro meses.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
Asocoooph	Acompañamiento, capacitación y fortalecimiento
Gobernación del Huila	Financiamiento de proyectos productivos
SENA	Formación académica
Entidades financieras	Acceso a crédito
Asociados	Proveedores de la materia prima de calidad
ICA	Institución que certifica los viveros para producción de material vegetal
Comité de Cafeteros	Ofrecen semilla certificada
Asociaciones de productores de café	Son clientes y aliados estratégicos para la generación de contratos de proveeduría.
Productores de café	Requieren de material vegetal para la renovación de sus cafetales

4. MERCADO

4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
Personas naturales	Son productores de café, con vocación agropecuaria, con espíritu innovador, sus ingresos dependen de la actividad, tienen capacidad adquisitiva, y entre sus intereses están los colinos de café con registro ICA, resistente a plagas y enfermedades que les genere valor agregado.	Municipio de Elías, Timaná, Oporapa	30	60%
Empresas	Son entidades públicas o privadas, empresas sin ánimo de lucro, personas jurídicas, Alcaldías municipales, Gobernación del Huila, Corporaciones, Centros provinciales registrados en la Cámara de Comercio del Huila.	Municipio de Oporapa, Elías, Timaná	10	40%
TOTAL				100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1 Servicampo del Huila S.A.S	Nombre competidor 1 Vivero El Fraile S.A.S
Ubicación	Acevedo, Huila	La Plata Huila
Cobertura	Teruel, Acevedo, Suaza, Garzón, Pitalito	La Argentina, Pitalito, La Plata, Paicol, Nátaga.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL	Plántulas de café castillo, cenicafé 1	Plántulas de café castillo, rosario
Precios del producto principal	1.000	1.500
Canal de distribución	El cliente lo recoge en el vivero	En el punto de producción
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa a los productores e indirecta a proyectos con Alcaldía	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Comité Departamental de Cafeteros	Compra de semilla
Cooperativa de Caficultores	Proveedores de insumos
CoagroHuila	Proveedores de insumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Directa: correo electrónico, voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias.
Redes sociales	Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp. Actualmente no cuentan con redes.
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio, redes sociales y página web y participación en ferias.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	En la unidad productiva se cuenta con punto de venta, en donde la mayoría de los productores de café visitan el vivero
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Son entidades públicas o privadas, empresas sin ánimo de lucro, personas jurídicas, Alcaldías municipales, Gobernación del Huila, Corporaciones, Centros provinciales registrados en la Cámara de Comercio del Huila. Se encuentran ubicados en el municipio de Oporapa, Elías, Timaná
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Se participará en ferias reconocidas que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, ASOCOOPH, la Alcaldía, la gobernación del Huila, la Cámara de Comercio
Participación en ferias y a través de la página web y redes sociales	
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una Marketing Digital Página Web	Las redes sociales son indispensables para dar a conocer la disponibilidad del producto, así mismo la página web, se hará marketing de contenido que pueda evidenciar cada uno de los procesos para obtención del material vegetal y se enlazarán con las redes sociales.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Elías, Vereda Oritoguaz, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
• Lote de terreno	
Descripción de área productiva	
• Lote de terreno de 798 metros cuadrados	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
• Municipio de Elías	• Agua: Si • Luz /Tipo de energía: Si • Gas: No • Teléfono: No, celular
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
• Comodato	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Selección o compra de semilla	Se realiza la compra de semilla certificada
Proceso 2 Construcción del germinador	Para el banco se construye un marco con los materiales disponibles en la finca, tablas, madera rolliza, bambú o cualquier otro, que permita contener el sustrato.
Proceso 3 Preparación y desinfección del sustrato	Para asegurar que el sustrato esté libre de organismos, especialmente hongos que causen enfermedades a la plántula, debemos desinfectarlo y para ello hay diferentes prácticas que podemos realizar.
Proceso 4 Germinación	En este caso se utiliza todo el espacio disponible en el banco de germinación, se puede marcar un metro cuadrado y este subdividirlo en cuatro cuadrantes de 50 centímetros de lado cada uno, se coloca la semilla de tal manera que quepan 250 gramos en cada cuadrante y hasta un kilogramo en el metro
Proceso 5 Riego del semillero	Se debe regar frecuentemente las camas o bancales de germinación. No regar en exceso para evitar la aparición de hongos y la pudrición de raíces.
Proceso 6 Trasplante	Una vez que las semillas germinaron es momento de trasplantar el fosforito y/o grapa. Para ello el primer paso, es elegir el contenedor y sustrato adecuado. Muchos viveristas, optan por la bolsa plástica.
Proceso 7 Fertilización	Realizar de 2 a 3 aplicaciones: 1.ª Aplicación: al emerger el primer par de hojas verdaderas. 2.ª Aplicación: a los 30 días después de la primera. 3.ª Aplicación: a los 30 días después de la segunda.
Proceso 8 Control de plagas y enfermedades	Se realiza monitoreo y control preferiblemente biológico
Proceso 9 Comercialización	Una vez se encuentre desarrollada la plántula de café, dependiendo del tamaño de la bolsa se procede a comercializar

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Rubiela Sarmiento	Representante legal	Realizar la gestión comercial
Contador	Asesor Contable	Llevar la información contable y tributaria
Manuel Zuñiga	Viverista	Realizar las labores de manejo de plántulas de café

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Estantillos	Estantillos plásticos o en PVC 6mts Ancho X 10 Mts Largo	80	\$ 260.000	\$ 20.800.000
Polisombra	Polisombra negra en rollo. Malla Tejida en polietileno HD con estabilizador U.V;utilizada para generar sombra y protección contra rayos U.V;porcentaje de sombra 50% +-5%	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000
Malla	Rollo de malla para encerramiento. Medidas : 0,90 cm espesor x 5 metros largo •Características : Malla, elaborado en material de alta resistencia, más alta duración y seguridad, resistencia la intemperie, sencilla instalación, alta calidad.	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Otros				
Adecuaciones locativas	Mano de obra necesarias para el montaje e instalación del encerramiento	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
Valor total inversiones requeridas				\$ 30.400.000

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Colinos de café en bolsa de 19 x 42 \$1200 Colinos de café en bolsa de 19 x 15 \$450
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Crédito 50% Contado 50%
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Efectivo, transferencia
¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?	Las ventas generalmente son cada cuatro meses
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Colino de café en bolsa 19 X 42	Unidad	\$ 1.200	\$625	\$ 575
Colino de café en bolsa de 19 X 15	Unidad	\$ 450	\$184	\$266

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	1.168.321	14.019.860	14.720.853	15.456.896
Costos Mp	1.534.375	18.412.500	19.333.125	20.299.781
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamientos	100.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000

Servicios Públicos	50.000	600.000	600.000	600.000
Gastos bancarios	50.000	600.000	600.000	600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes				
Gastos Domicilios				
Valor total		34.832.360	36.453.978	38.156.677

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	30.400.000	9.019.792
Créditos	0	
Total	30.400.000	9.019.792

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 66.000.000	\$ 69.300.000	\$ 72.765.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 18.412.500	\$ 19.333.125	\$ 20.299.781
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 14.019.860	\$ 14.720.853	\$ 15.456.896
(-) COSTOS FIJOS	\$ 8.510.000	\$ 6.510.000	\$ 6.510.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 25.057.640	\$ 28.736.022	\$ 30.498.323
(-) GASTOS FIJOS	\$ 6.100.000	\$ 1.100.000	\$ 600.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 18.707.640	\$ 27.386.022	\$ 29.648.323
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 2.600.000		
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16.107.640	\$ 27.386.022	\$ 29.648.323
(-) IMPUESTOS	\$ 5.315.521	\$ 9.037.387	\$ 9.783.947
= UTILIDAD NETA	\$ 10.792.119	\$ 18.348.635	\$ 19.864.376

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 33.000.000	\$ 34.650.000	\$ 36.382.500
Egresos operativos	\$ 42.982.360	\$ 37.403.978	\$ 38.406.677
Flujo Operativo	\$ 23.017.640	\$ 31.896.022	\$ 34.358.323
Ingresos no operativos	\$ 39.419.792		
Egresos no operativos	\$ 42.236.459	\$ 5.315.521	\$ 9.037.387
Flujo no operativo	-\$ 2.816.667	-\$ 5.315.521	-\$ 9.037.387
Flujo Neto	\$ 15.597.848	\$ 26.580.501	\$ 25.320.936
Saldo anterior		\$ 15.597.848	\$ 42.178.349
Saldo final	\$ 15.597.848	\$ 42.178.349	\$ 67.499.285

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	29,72%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 10.891.158
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,5 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 9.037.387, las cuales irán incrementado año tras año.

Según los cálculos financieros proyectados en el Plan de Negocio realizado la Tasa Interna de Retorno (TIR) esperada será del 29,72% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 25%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 10.891.158, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2,5 años.

Viabilidad Social

Desde el componente social, el plan de negocios contribuirá a la generación de empleo de un viverista quien será el encargado del área de operaciones, un contador y un agrónomo por prestación de servicios y el representante legal recibirá una bonificación mensual.

Adicionalmente este plan de negocio es un proyecto de equidad de género, ya que la mayoría de los asociados de organización son mujeres, el cual contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las asociadas.

Viabilidad Ambiental

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que para la obtención de las plántulas de café se implementan las buenas prácticas agrícolas y procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales.

Viabilidad Económica

El negocio aportará un pago de impuestos, por \$ 5.315.521 en el primer año que genera en reinversión social.

Se dinamiza la economía de la región con la compra de insumos, materias primas y maquinaria y equipos.